

Typologie zákazníků v ČR I.

(Hálek, V., 2005)

Hospodyně

!Pesimisté, nespokojení, většinou se základním vzděláním, šetrní, netouží po majetku

Nespokojení materialisté

!Neochota přizpůsobit se změnám, pasivita, znechucenost, významné jsou peníze, jejichž nedostatek je frustruje

Typologie zákazníků v ČR II.

Čeští kutilové

!Vysoký příjem, konzervativní pohled na svět, důležitá je sice práce, ale vlastní pohodlí je daleko významnější

Snílci

!Optimisté, jímž chybí sebevědomí a peníze, nemají rádi změny, rádi sportují a dbají o svůj zevnějšek

Typologie zákazníků v ČR III.

Mladí a bezstarostní

!Nejmladší spotřebitelé žijící většinou s rodiči, jež netíží zodpovědnost

Profesionální hobbyisté

!Velmi se zajímají o dění ve společnosti, neznají volný čas, k práci přistupují zodpovědně

Typologie zákazníků v ČR IV.

Luxusní suverénky

!Dynamické, vysokoškolsky vzdělané ženy s jasnou představou o své budoucnosti mající odpovídající příjem, peníze představují svobodu, nakupují kvalitní a drahé věci

Aktér změn

!Mladý, aktivní, sebevědomý a úspěšný muž s vysokým příjmem, optimista se zálibou cestování mající zájem o kulturu, politiku a rodinu

Typologie zákazníků v ČR V.

Dáma ze staré školy

ıDrží se „osvědčených“ kulturních hodnot a pořádků, zajímá ji kultura, politika a rodina, snaží se pomáhat druhým

?

Jaké produkty navrhnete pro jednotlivé skupiny?

Jak oslovíte danou osobu (médiá, kanály)?